



Nachhaltiges Handeln ist der Antrieb der Zukunft

Port International ▶ Seit dem ersten Quartal 2022 ist Port International offizielles Mitglied der SIFAV (Sustainability Initiative Fruit and Vegetables). Die Nachhaltigkeitsinitiative will aktiv zu einer nachhaltigeren Lieferkette für frisches Obst und Gemüse in Bezug auf wirtschaftliche, ökologische und soziale Auswirkungen beitragen. Was das im Einzelnen bedeutet und wie das Thema Nachhaltigkeit mit all seinen Facetten angegangen wird, erklärte Karlsson Port, Geschäftsführer Port International Bananas GmbH und Port International Organics GmbH, gegenüber dem Fruchthandel Magazin.

Christine Weiser

„Nachhaltiges Handeln stärkt Chancen und Perspektiven“, erklärte Karlsson Port.

Wie wichtig ist es für die Zukunft, Teil von Nachhaltigkeitsinitiativen zu sein?

Karlsson Port: Nachhaltigkeit – sozial, wirtschaftlich und ökologisch – war und ist Teil unserer DNA und bleibt eine der obersten Prioritäten in unserem Unternehmen. Lebensmittel und Landwirtschaft spielen eine Schlüsselrolle bei vielen globalen Herausforderungen wie Armut, Unterernährung, Übergewicht und Fettleibigkeit, Klimawandel und Verlust der biologischen Vielfalt. Als Händler von landwirtschaftlichen Produkten und insbesondere von Obst und Gemüse aus Übersee ist es für uns selbstverständlich, dass wir Verantwortung übernehmen müssen und Nachhaltigkeitsinitiativen bei der Zielsetzung und Erarbeitung von konkreten Maßnahmen unterstützen. Lieferkettenübergreifende Initiativen wie SIFAV bieten die Möglichkeit, gemeinsam mit dem Einzelhandel sowie unseren Produzenten und Logistikpartnern an Lösungen und Projekten zu arbeiten. Nachhaltigkeit ist der Antrieb der Zukunft, nachhaltiges Handeln stärkt Chancen und Perspektiven.

Was muss sich bei dem Thema im eigenen Unternehmen, der Branche, der Gesellschaft verändern, damit es erfolgreich umgesetzt werden kann?

Insbesondere zum aktuellen Zeitpunkt zählt für den Kunden ver-

ständlicherweise immer noch der Preis eines Produkts, da ist die Umweltleistung dann zunächst sekundär. Die Preise steigen aktuell an allen Enden. Obst und Gemüse darf kein Luxusgut werden und sollte der gesamten Gesellschaft weiter zugänglich bleiben. Dennoch, wenn sich im großen Stil etwas ändern soll, muss ein Umdenken in der Gesellschaft stattfinden. Preisdumping muss reduziert werden. Zudem sind wir bei Port International der Ansicht, dass die Bemühungen um nachhaltige Maßnahmen und Produkte steigen müssen. Dabei zählt jeder Beitrag. Nachhaltigkeit und die damit verbundenen Investitio-

nen sollten insbesondere die finanzielle Unterstützung bekommen, um zu wachsen und umsetzbar zu sein. Wir erwarten über kurz oder lang, dass auch der Gesetzgeber weitere Standards setzen wird, sei es bei Begriffen wie „klimaneutral“ oder „klimapositiv“ oder bei der Kennzeichnung von nachhaltigen Produkten, wie z.B. NutriScore. Der Anspruch von Port International ist es hier, Pionier zu sein.

Auf welche Aspekte legt Port International kurz- und langfristigen Fokus?

Wir unterstützen und vermarkten seit über 20 Jahren Bio- und Fair-



Seit dem ersten Quartal 2022 ist Port International offizielles Mitglied der SIFAV (Sustainability Initiative Fruit and Vegetables).

trade-Erzeugnisse in ganz Europa. Sie stellen nach wie vor zwei essentielle Säulen unseres Unternehmens dar. Der Klimaschutz und die damit einhergehende Reduktion der CO₂-Emissionen ist Teil unserer Vision und Mission für die Zukunft. Sowohl im Anbau, im Transport als auch auf der Kunden- bzw. Dienstleisterseite müssen nachhaltige Alternativen geschaffen werden, um die Science Based Targets und das damit einhergehende 1,5 °C Ziel zu erreichen. Neben dem sehr relevanten Thema Klima spielen für uns aber auch die Themen Living Wage, Verringerung von Lebensmittelverschwendung und Reduktion des Wasserverbrauchs eine zunehmend wichtigere Rolle. Auch hier arbeiten wir an einer soliden Datengrundlage, von der sich dann Reduktionsziele ableiten lassen.

Welche Rolle spielen Aktionen wie Veganuary dabei?

Neben den Bemühungen, die Emissionen unserer Produkte zu reduzieren, ist Port International als Unternehmen seit 2017 klimaneutral und hat sich verpflichtet, seine Emissionen bis 2030 zu halbieren. Daher gibt es umfassende Informationen und Schulungen, um die Mitarbeiter für Nachhaltigkeitsthemen wie Klima, Ernährung und Mobilität zu sensibilisieren. Veganuary ist eine Möglichkeit, das Thema intern und extern präsent zu machen und über den positiven Einfluss einer pflanzlichen Ernährung aufzuklären. Obst und Gemüse stellen eine gute und wichtige Alternative für den hohen Fleischkonsum in unserer Gesellschaft dar und sollten noch gesellschaftsfähiger gemacht werden. Viele Menschen, insbesondere Kinder, nehmen zu wenig Vitamine zu sich. Obst und Gemüse tun dem Menschen und dem Planeten gut. Der Veganuary ist nur eine von vielen Aktionen, die wir intern zur Sensibilisierung unserer Mitarbei-

terinnen und Mitarbeiter initiieren. Weitere Beispiele sind unsere jährlich stattfindende Fahrrad-Challenge sowie Bienenpatenschaften und Baumpflanzaktionen.

Wie schreitet die CO₂-Reduktion voran?

Port International liefert erfreulicherweise ein immer breiteres Angebot an klimaneutralem Obst und Gemüse. Wir setzen grundsätzlich auf langfristige Lieferantenbeziehungen und sind hier in der Lage, CO₂-Reduktionspotenziale zu identifizieren und anzustoßen. Häufig sind dies jedoch Projekte, bei denen bis zur vollständigen Implementierung einige Jahre vergehen, z.B. eine neue Energieversorgung, die auf erneuerbaren Energien basiert oder die Substitution von Düngern durch Kompostierung. Bisher haben unsere Partner und wir bereits mehr als 20 Reduktionsprojekte entlang der Lieferkette umgesetzt. Weitere befinden sich in der Umsetzung.

Bio, Fairtrade und Klimaneutralität spielen da ebenso rein wie Regionalität. Was passiert in diesen Bereichen bei Port International?

Regionalität ist nur im Fall der Saisonalität ein Vorteil gegenüber nicht-regionalen Produkten. Ein Beispiel: Erdbeeren, die im Winter im beheizten Glashaus wachsen, haben einen höheren Fußabdruck als Erdbeeren, die von Spanien nach Deutschland transportiert werden. Unsere individuellen, auf Daten unserer Lieferanten beruhenden, CO₂-Fußabdrücke ermöglichen es uns, das Produkt mit dem geringsten CO₂-Fußabdruck zu wählen. Dies kann, wie gesagt, regional sein, muss es aber nicht.

Braucht es neue bzw. ergänzende Zertifikate?

Meiner Meinung nach mangelt es nicht an Zertifikaten. Wichtig ist,



wie seriös und ehrlich Zertifikate sind und wie sie dem Kunden leicht verständlich nahegebracht werden können. Es gibt über alle Lebensmittelbereiche hinweg Zertifikate für Fisch, Fleisch bis hin zu Obst und Gemüse. Zertifikate verleihen nachhaltigen oder innovativen Initiativen einen Wiedererkennungswert (siehe Fairtrade). Zu viele Zertifikate können den Kunden allerdings auch abschrecken bzw. verwirren. Daher sollte mit Bedacht und der nötigen Sorgfalt bzw. Transparenz gearbeitet werden, um allen Kunden von jung bis alt unmissverständlich und ehrlich den Mehrwert des zertifizierten Produkts beizubringen. Mehrere Zertifikate sind meistens auch mit höheren Kosten für die Produzenten verbunden, was den Preisdruck verstärkt. Trotzdem sind neue oder ergänzende Zertifikate sicherlich sinnvoll, denn ökologische Themen, wie CO₂-Ausstoß, Ressourcenmanagement und Foodwaste, werden immer wichtiger. ●